“一带一路”背景下传媒智库的生存环境及发展策略研究

摘　要：“一带一路”战略是新时期国家实施的区域发展战略，开启了中国与“一带一路”沿线国家在经济、文化等方面互联互通、共同发展的新篇章。传媒智库作为传媒领域的智力支持，为“一带一路”战略的顺利实施保驾护航。文章在对“一带一路”战略与传媒智库间关系进行分析的基础上，主要对这一战略背景下传媒智库的生存环境和创新发展策略进行了探索。

关键词：一带一路；传媒智库；PEST；创新发展

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）12-040-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.01.001

■文 / 赵　鑫　于海航

“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称，是党中央、国务院根据世界形势深刻变化，为统筹国内国际两个大局提出的重大战略构想。而在推进“一带一路”国家战略实现的过程中，需要各种各样的专业型智库提供智力支持。近年来，随着科学技术的迅猛发展，传媒行业也得到空前的发展。传媒智库作为传媒领域的智力支持，自然为“一带一路”战略的实施和“一带一路”沿线国家的文化交流起到不可取代的智囊性作用。

1.“一带一路”与传媒智库的关系

1.1 传媒智库为“一带一路”的实施助力

传统的智库作为政府部门的智囊团，需要深入民众了解百姓疾苦、基层现状和社会问题，集聚专家智慧，挖掘专家智力资源，为政府部门建言献策，提供改革的依据。相应的，传媒机构成立自己的专属智库，除了具备一般智库的属性之外，其职业属性以及发布平台的优势，使其成为国家外宣的标志性机构。

1.1.1 传媒智库为“一带一路”的信息发布提供权威平台

传统媒体长久以来作为政府部门的喉舌，在受众心中信度值较高，并且拥有自身稳定而庞大的受众群。媒体在发展的过程中，逐步形成了权威的信息发布的跨屏多平台。同时，媒体受众具有的忠诚度，往往依赖于其发布消息的时效性和准确性。媒体受众希望得到官方认可的有价值的信息而不是未经验证的谣言。在此基础上，传媒智库具备了第一时间发声的优越性，利用自己广阔的新闻网，向受众发布可靠真实的消息，保证了信息的时效性和可靠性，从而提升了自身的权威性。传媒智库利用传统媒体已经形成的权威平台，可以第一时间面向“一带一路”沿线的各国发布自己的研究成果，为“一带一路”沿线各国间的跨国合作和深入交流提供建议，给出对策。

1.1.2 传媒智库为“一带一路”各国的跨文化传播提供智力支持

在国际交流合作、多边外交活动的催动下，中国必然会与拥有不同文明不同体制的国家进行合作交流，对不同国家的各个层面的认识程度将直接影响到国家间的合作效果。在“一带一路”战略举措的引领下，为了更加深入了解“一带一路”沿线各国的政治、经济、文化状况，从其历史文化方面入手，进行文化层面的调研和交流显得尤其重要。在全球一体化发展的背景下，跨文化传播已然成为当今各国提升文化软实力的必备能力之一，这也是国内外智库争相研究的课题。站在新的时代形势风口，传媒智库在立足于国家间交流合作的同时，尊重各国的文化差异，进行本国文化的合理性输出，提供跨文化传播的智力支持。

1.2“一带一路”为传媒智库的发展提供契机

1.2.1 市场需求推动传媒智库的建立

由于“一带一路”国家策略实施涉及的问题广泛，不仅有政治问题、经济问题、社会问题，还有一些细小且容易被忽视的问题，如果没有对合作国展开深入的了解，就难免会产生摩擦。这就需要对合作国进行深入的调研分析，而当涉及到外宣方面，传媒智库就更加具有发言权。根据经济学供求理论分析，“一带一路”策略的落实，形成了对传媒智库的市场需求，这为传媒智库提供了广阔的生存发展空间。

1.2.2 业务需要扩展传媒智库服务的广度与深度

“一带一路”国家战略的实施，将研究的课题范围扩展到国外，其涉及的领域具有多元性和多样性，区域性范围更加广泛，这对传媒智库研究提出了更高层次的要求，在一定层面上延伸了传媒智库服务的广度。而传媒智库服务广度的扩大，也要求其深度的提升。传媒智库的研究应该更加彰显其科学性和专业性，而不是单一地停留在某一层面浅显的分析调研。例如，以“传播中国声音的‘一带一路’平台型智库”而著称的凤凰国际智库，开展了华侨华人“一带一路”国别系列研究，对沿路华人华侨华商进行系统性了解[1]，这是传媒智库所提供的服务的广度扩大与深度提升的一个具体体现。

2. “一带一路”背景下传媒智库的 PEST 分析

PEST 分析方法是一种对事物的宏观环境进行分析的方法，主要从政治、经济、社会、技术四个角度展开分析。在“一带一路”背景下，对传媒智库进行宏观环境的分析，有利于我们更加清晰地认识到当今传媒智库存在与发展的必要性和可行性。

2. 1 政治优势（P）

国家级顶层战略“一带一路”，将充分依靠中国与有关国家既有的双多边机制，共同打造政治互信、经济互融、文化互通的利益共同体、命运共同体和责任共同体。这一战略思想，获得“一带一路”沿线各国的高度重视与支持，沿线各国相继出台了一系列有利于推进各国间沟通、合作、发展的政策，为传媒智库的跨国跨区域调研提供了政策层面的保障。

2015 年发布的《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》[2]，对时代背景、共建原则、框架思路、合作重点、合作机制、中国各地方的开放态势、中国的积极行动以及共创美好未来的愿景等方面进行了阐述，使“一带一路”战略的实施有了明确的方向。中国媒体本质上是为国家和人民服务的，因此，在发展的过程中要始终坚持党和国家的正确领导，坚持正确的舆论导向，在国家提供的政策扶持中获得长远发展。国家政策的规定在一定层面上影响传媒行业的发展方向，对于依附于传媒而产生的智库，同样也应该坚持正确的政治导向，借助“一带一路”的政治优势，更好地挖掘自身特色，为推动沿线国家的共同发展贡献自己的力量。对于智库建设的另一制度方面的保障，则在 2015 年 1 月发布的《关于加强中国特色新型智库建设的意见》中得以体现。国家鼓励成立各个层面各种类型的智库，可以说，传媒智库的形成是顺应历史潮流的产物。在国家的支持与倡导下，在“一带一路”战略的实施中，传媒智库的生存和发展迎来了前所未有的机遇，发展前景广阔。

2. 2 经济因素（E）

“一带一路”战略在经济方面取得初步成效。2015 年前三季度，我国企业共对“一带一路”沿线的 48 个国家进行了直接投资，投资额达到 120. 3 亿美元，同比增长 66. 2%，占我国非金融类对外直接投资的 15． 3%；我国企业在“一带一路”沿线的 57 个国家承揽对外承包工程项目 3059 个，新签合同额达到 591． 1 亿美元[3]。由此可见，中国在“一带一路”的倡导下，积极地发展经济，在其“走出去”的过程中需要大量的调研分析，需要发挥各大“智库”智囊团的作用。作为传媒业转型方向之一的传媒智库，也是一个经济独立体，在多边外交这个大环境下，力争获得一定的经济效益。传媒智库承接传媒类的项目与课题，以传播的眼光对经济形势进行实质性的掌握与分析，为各国经济交流合作提供策略性指导。

2. 3 社会因素（S）

“一带一路”是借助“古丝绸之路”而提出的概念，从中国古代开始，沿线各国就有着良好的经济交流和文化往来，各国人民友好互助，这成为中国与沿线各国友好合作发展的基础。社会的稳定，是经济发展的基础。当今中国与各国建立了友好的合作关系，在这个多元文化碰撞的时代，传媒智库发挥其外宣的作用，利用其跨文化传播方面的优势，促成各国的良好沟通，促进各国文化的多元并存和不断交融。以文化交流夯实民意基础，得到各个国家人民的拥护，稳定和谐的政治关系，为传媒智库的发展营造了稳定的社会环境。

2. 4 技术因素（T）

就技术层面而言，科学技术和信息技术的飞速发展所凝聚而成的雄厚的科技力量和优势科技资源，为传媒智库的发展提供了技术上的支持。在这个强调“互联网 +”的时代，传媒智库借助“互联网”这个平台，及时获得各个领域在各个层面上的有价值的信息，及时发布研究成果。同时，“大数据”和“云计算”等新技术被广泛应用于各领域，也为传媒智库的发展提供了技术支撑。“大数据”和“云计算”等先进技术对海量信息进行优化，对目标对象进行精准化分析，提升了传媒智库对信息的掌控和分析能力，提高了传媒智库调研分析的准确性。正是诸如“互联网”“大数据”和“云计算”等科技因素的出现，传媒智库才得以获得更广泛和深入的调查研究，获得大量的数据并进行高效的数据分析，从而更好地为国家、社会和人民服务。

3. “一带一路”背景下传媒智库的创新发展策略

传媒智库，是在传媒业的基础上发展而成的人才库，汇聚传媒智力资源，充分发挥传媒领域专家的智囊作用。在“一带一路”背景下，跨文化传播的作用被放大。如何更好地了

解“一带一路”沿线国家的多元文化，在此基础上为经济合作助力，同时提升中国的国际影响力和扩大国际话语权，这是传媒智库需要攻克的课题。

3.1 提升自我，增强竞争力

传媒智库作为一个独立于政府单位的机构，拥有自己内部组织形式及产品成果输出。从传媒智库自身入手，找到问题症结，可以更加有利于增强传媒智库的竞争力及影响力。

3.1.1 优化团队，提高专业化程度

目前传媒智库的组织大多采取媒体采编人员加外聘专家的形式，这就造成了团队模式的不稳定性。一个组织要想发展壮大，需要组建一支内部结构合理的团队。传媒智库的智库人才群，应该以传媒学科为主，但要尽可能涉及其他与之相关领域的专家学者，兼顾理论高度和实践经验，专家间应形成行之有效的组织关系。在合理、合法、规范的制度约束下，团队间保持高效、通畅的协作，朝着更高程度的专业化方向发展。

3.1.2 纵向分析，精准化研究

传媒智库的核心价值是为政府部门建言献策，提供自己的智力成果。在“一带一路”大环境下，传媒智库的发展应该以国际化视野审视问题，紧追时代的步伐，深入研究，纵向分析，提升自身的核心竞争力。随着传媒智库研究范围的扩大，其服务范围也相应在扩大。传媒智库的研究应该从基础性研究扩大至前瞻性研究，其产品成果要具备思想性与战略指导性。

3.2 加强合作，实现共赢

“一带一路”建设秉承共商、共享、共建原则，坚持开放合作、和谐包容、互利共赢，旨在打造利益共同体、命运共同体和责任共同体。就传媒智库而言，加强智库间的合作与交流也是自身发展的需求之一。

3.2.1 成立区域性联盟，资源有效整合

目前，国内传媒智库之间的交流程度较低，导致智库研究方向存在重合的现象，这就容易造成人力、物力、财力的浪费。智库间若建立区域性联盟，展开一定的交流与合作，则会节约时间，提高效率，互通有无，形成合力，形成智力成果的集聚效益。例如，2015 年 7 月成立的山东智库联盟、同年 11 月成立的“一带一路”沿线国家研究智库联盟，这些区域性智库联盟的成立，为区域性传媒智库联盟的成立提供了借鉴价值。

3.2.2 跨国合作，构建合作网

“一带一路”战略在中国及其他沿线国家的经济发展中占有举足轻重的地位，但在实施过程中也会遇到各种问题和困难。为了整合沿线国家的研究资源，实现沿线国家间的分工合作，形成应对国际化问题的智慧合力，2015 年 4 月，由中共中央对外联络部牵头，成立了“一带一路”智库合作联盟。国内智库与国外智库的协作互助，可以有效应对不可预测的国际问题。与此类似，传媒智库也应构建依托于“一带一路”策略的国际智库合作网，加强国内传媒智库与其他沿线国家传媒智库的联系，以便更好地服务于沿线国家的共同发展。

4. 总结

综上所述，“一带一路”战略的顺利实施离不开传媒智库的智力支持，而传媒智库在“一带一路”战略布局中也将迎来最佳的发展机遇期。我国的传媒智库应抓住机遇，迎难而上，壮大自己，增强竞争力，建立区域性联盟；与此同时，开展沿线国家传媒智库的跨国合作，构建合作网络，形成合力。媒

参考文献

[1] 一带一路百人论坛重点推荐 .2015 年“一带一路”十大智库 [EB/OL].http：//theory.gmw.cn/2015-12/31/content_18310280_2.htm.

[2] 推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动 [EB/OL].http：//news.xinhuanet.com/world/2015-03/28/c_1114793986.htm.

[3] 李峰 .“一带一路”战略最新进展与展望 [A]// 任文武 . 国际经济分析与展望（2015-2016）[M]. 北京：社会科学文献出版社，2016：421-431.

（**作者简介：**赵鑫，男，汉族，山东省新闻出版广电局博士后，科研工作站和复旦大学新闻传播学博士后流动站联合培养在站博士后，曲阜师范大学传媒学院教师，副教授，博士，硕士生导师，研究方向为影视人类学和传媒文化；于海航，女，汉族，曲阜师范大学传媒学院戏剧与影视学硕士研究生，研究方向为传媒文化。）

（**作者单位：**赵鑫，山东省新闻出版广电局博士后科研工作站、复旦大学新闻传播学博士后科研流动站、曲阜师范大学传媒学院；于海航，曲阜师范大学传媒学院）